

Cubículo Estratégico: El Secreto de Salinas

Milenio Diario
Septiembre, 2003
Carlos Mota

El secreto de Salinas fue contar con un asesor de primer nivel. Sensato en extremo, su asesor le proveyó de toda clase de herramientas para desmitificar conceptos muy anclados en México, como el excesivo uso irracional del poder. Desposeído de mitos autoritarios, Salinas ha ejercido un liderazgo participativo, y entra en nuevas aventuras tan pronto divisa oportunidades. Nada lo para.

Ricardo Salinas es la mezcla perfecta entre el emprendedor con arrojo y el administrador que ejerce controles adecuados. Quizá esto último tiene que ejercerlo todavía más, pues la compra de Lusacell fue duramente criticada y su orientación hacia la adquisición de empresas debe equilibrarse con la obtención de rentabilidad interna.

Salinas vive una paradoja que todo empresario debiera buscar: crear nuevos negocios a partir de la explotación de su competencia central, y controlar su crecimiento. En Elektra esto ha funcionado, aunque no sin problemas. Hace unas semanas, la empresa dirimió públicamente el tema de la calificación de su deuda, culpando a Moody's de falta de profesionalismo por haber degradado su opinión respecto de la empresa. Moody's había castigado a Elektra por los altos costos de iniciar el Banco Azteca.

Ricardo Salinas es poco popular entre la clase intelectual de este país, pero en realidad es uno de los hombres de negocio más envidiados porque encontró la solución a una ecuación que muchos ni siquiera observan: servir con productos de alto valor agregado a las clases populares. Nadie lo hace tan bien como él.

El asesor de Ricardo Salinas se llama Ichak Adizes, quien estuvo en México invitado por Sam Podolsky y por Roberto Salinas para hablar ante una nutrida audiencia empresarial, compuesta entre otros por José Luis Romero de Bancomext, Carlos Villagomez de la casa de bolsa Arka, y Jorge Familiar, de la CNBV.

Pero los asesores cobran sentido si el asesorado escucha y logra instrumentar los planes diseñados. Salinas es muy inquieto, cada año abre un negocio nuevo o compra algo. Podría pasársele la mano. La acción de TV Azteca en Wall Street todavía no recupera el valor de 16 dólares que llegó a tener en 2000. Por ello, los hombres cercanos de Salinas, Javier Sarro y Pedro Padilla, deben contener el ímpetu emprendedor de su jefe. Adizes puede ayudarlos en eso. Ya lo hizo para Royal Shell y para Bank of America. Grupo Salinas está en el camino.

Ricardo Salinas está en el mejor de los mundos. Entre más emprenda en negocios con sinergia, más valor accionario creará. Además, no se saldrá del debate nacional. Lo encara y promueve. Ahora en julio por ejemplo patrocinara a The Economist en la 13° mesa redonda con el Gobierno de México, al que asistirán Vicente Fox y varios secretarios. El tema esta bueno: "Paving the way for change".